

城市品牌

共创城市品牌 协力城市发展

中国城市发展网 >> 城市品牌 >> 旅游品牌 >> 内容阅读

试论旅游景观文化系统的构建——以都江堰为例

作者：刘洋 来源：中国论文下载中心 添加日期：10年06月23日

旅游文化的挖掘在旅游景区的开发中具有举足轻重的地位。作为世界文化遗产的都江堰风景区，如何在开发中把握分布、蕴含于其各处景观的文化，对于旅游者把握这一处举世瞩目的世界级景观，对于开发者合理规划景区以留住旅游者驻足欣赏，并产生良好的经济效益，都具有非常重要的意义。都江堰风景区占地面积虽然并不大，但是其各处景观所包含的文化、意义却复杂而深刻。因此构建一个逻辑清晰、布局合理的景观文化系统就显得十分必要了。

1 旅游景观文化设想

1.1 旅游文化

美国学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特最早关注旅游文化这个命题，他们认为“旅游文化实际上概括了旅游的各个方面，人们可以借助它来了解彼此之间的生活和思想”，它是“在吸引和接待来访者的过程中，游客、旅游设施、东道国政府和接待团体的相互影响所产生的现象和关系的总和。”[1]可见，概念提出者非常关注其完整性。旅游文化是文化的一个亚类，但绝不是旅游和文化的简单叠加，它不是一个组合品，具有自身独立的完整性。但它又不是无所不包的，它只是文化与旅游活动的深度结合，在旅游活动产生的过程中，旅游文化应运而生了。其它文化因为旅游者的欣赏可以转化为旅游文化，但是不是所有其它文化就直接成为旅游文化，旅游文化的泛文化现象目前十分严重，以至于一提到旅游文化，大家就自然的将其等同于关于旅游景观的文化。导致其核心部分的关于旅游者的文化，如旅游者的消费行为等反倒被漠视了。本文不拟对旅游文化的概念进行批判，之所以提出此问题，主要是为了明确界定旅游文化中的子类别才能在关于旅游文化的研究中正本清源。

1.2 旅游文化分类

要对旅游文化概念进行深入认知，就必须对其进行分类。由于旅游文化的关键修饰词是“旅游”，因此从“旅游”一词来认识旅游文化就非常关键了。目前国内旅游文化的分类大多从旅游活动的三大要素开展，也容易操作。就是将旅游文化分为：旅游主体文化、旅游客体文化和旅游介体文化等。但具体操作有所不同，如李琼英、方志远在其《旅游文化概论》中将旅游文化分为：旅游主体文化、旅游目的地文化、旅游消费文化和旅游企业文化。[2]如刘敦荣在其《旅游文化学》中将旅游文化分为：旅游主体文化、旅游客体文化、旅游介体文化、旅游审美文化、自然旅游资源文化、社会

推荐专题



上海世博 让城市



中国宜宾 万里长



新亚欧大陆桥东



盘点上升为国家

城市案例

- 打造城市品牌，提升城市竞争力——城
- 大连城市运营模式的启发
- 厦门城市运营的策划模式选择与发
- 从城市色彩规划角度谈天津形象塑
- 成都城市形象的塑造
- 城市魅力风采：大理城市整体形象的
- 天津文明名城五大道旅游开发案例
- 许昌：宜居花城的创新模式

城市图说



重庆女交巡警——



孩子们向往这样



城市边缘的大眼



秦皇岛：两个月大

人文旅游资源文化。[3]笔者认为，为了学术研究的方便，应将分类简单化，以便于操作，因此本文认为旅游文化应分为:旅游主体文化-旅游者行为文化、旅游客体文化-旅游景观文化、旅游介体文化-旅游业经营文化。其它一切类别的旅游文化均可归入其中一类，这样方便学术交流、构建深入研究平台。而本文关于旅游景观文化系统的构建也是建立在这一分类上的。

1.3 旅游景观文化与旅游景观文化系统

旅游景观文化是旅游文化的一部分，陈宗海认为它“探讨旅游景观生成、发展的历史文化背景，旅游景观的结构、特点与文化内涵，以及旅游景观观赏者和旅游景观之间的审美与被审美的关系。作为旅游文化的组成部分，景观文化有其完整的结构和内容，有其自己的特点。”[4]旅游景观文化构成了解读和理解旅游景观的核心，是发展旅游业的关键所在，这对于文化景观尤其如此。旅游景观文化是旅游景观的内心世界、精神领域，旅游者要是无法把握旅游景观文化就无法真正理解旅游景观的壮美、悠远、深邃等美学特征。而深刻的把握旅游景观文化则是我们旅游景区开发的重要前提，只有这样我们的开发才能完美的展示旅游景观的魅力。

旅游景观文化系统是对旅游景观文化的整合，它将旅游景区的文化看成是有生命的独立整体，分别由各个功能不同的部分组成。旅游景观文化系统运用系统论的观点解读旅游景观，它通过对旅游景区的深度文化解读，从文化上解构整个旅游景区，然后通过功能配合，以空间布局为表象、以文字表述为内容，建构景区文化系统，为旅游景区开发提供文化支持，为旅游者欣赏旅游景观建构更方便的平台。

2 旅游景观文化系统构建的必要性

当今旅游景区的开发和规划多从旅游功能入手，多从为旅游者提供流动空间的建筑布局入手，较少考虑景区文脉的关联性，即使有所考虑，也多零散，不注重景区文化的整体性特征。导致很多游客对于景区的把握缺乏整体性和深刻认识，往往停留在娱乐休闲放松的层面，难以上升到增智益神和精神升华的层面，以至游客对于很多风景名胜无法理解其文化内涵，造成客源的流失，也无法形成回头客源。因此，现在总体看来，自然景观被接受程度较高，而人文景观则较低。这一方面与从业人员素质和游客素质有关，另一方面也与旅游开发本身有关。旅游景观文化系统高屋建瓴，整体、深度的把握景区文化，将整个景区文化统合成一个完整生命体。它关注旅游景区文化的哲学命题，关注旅游景观的意境和内涵。以这种系统统领的旅游规划和开发必然更加切合景区的文脉，容易展现景区景观的意境和神韵，此类旅游开发是“写意”的。与我国的传统文化切合，具有可持续发展的科学意义。在当今工具化规划文本和开发方案大行其道的背景下，它的构建无疑让我们的规划重新关注文本的价值命题，把握旅游景观的神韵，更加科学和高效的开发我们宝贵的旅游资源，避免出现“焚琴煮鹤”的悲剧。

3 都江堰景区旅游景观文化系统的构想

3.1 都江堰景区文化解读

都江堰风景区分为离堆公园、渠首三大主体工程、二王庙和玉垒山公园四大部分，其景观各有侧重，包含不同的文化意涵。综合看来主要有以下几个方面:

其一，水利文化。是人们在利用水的过程中产生的物质和精神财富。从都江堰渠首三大主体工程到离堆公园的园林建设，都江堰景区处处渗透着水利文化的影子，水利文化就是都江堰景区的灵魂。例如，鱼嘴分水堤的创建，它不同于传统堤坝，为拦水的横“一”，是一个分水的竖“1”。就是这个“一”字写法的简单变化，在人类治水的历史中却经历了血与泪的洗礼与磨练，这个变化昭示了在人与水的关系中，人类终于站起来了，掌握了主动权，变水患为水利。这种思想延续了中国传统文化的巨人一大禹，并将其发扬光大。竹笼和杩槎在水利工程的建造中的运用，也是都江堰水利文化典型的代表。竹笼以柔克刚、聚少成多，在都江堰治水的过程中起到了巨大的作用。

其二，园林文化。是人们在利用空间进行审美时，构筑建筑物、栽种花木、掇山理池等所形成的物质和精神文明，它包括建筑小品、假山、人工池、动物以及安排这些内容的过程中形成的制度和思想。作为风景名胜地的具有景区，园林文化在离堆公园、二王庙、玉垒山公园均有体现，而离



民间喜迎端午佳



上海南京路辛酸

城事声音

- 一窝蜂建“国际大都市”很荒唐
- 城市建筑：比的是文化不是高度
- 海南乱改地名是糟践本土文化
- 集装箱蜗居的悲欢
- “贫富混居”，城市才更宜居
- 有尊严的城市生活
- 水城百姓热议城市十年巨变
- 县级市直接冠名中国背后的心理自

堆公园尤为突出。其中中国传统园林文化体现的淋漓尽致，无论是一处假山的堆叠，还是一丛花木的摆放，都非常讲究。其中众多的川派树桩盆景的离堆的亮点。比较遗憾是后来修建的堰功道一改中国传统园林的幽深、曲折为平直、对称的西洋园林风格。二王庙和玉垒山的园林建造也十分出色。作为道教建筑群的二王庙因地制宜，布局严谨，建筑杰出，为川西道教宫观的代表。而玉垒山各处建筑的建造也非常注重与环境的配合。

其三，祭祀文化。是人们为表达对于不可征服神秘力量的敬畏而形成的仪式、节日、禁忌，并因此修建的寺庙、神坛等有形和无形的东西。都江堰景区的伏龙观、二王庙、城隍庙均包含了丰富的祭祀文化内容。除此之外，二王庙的庙会、都江堰放水节等节日和活动都蕴含大量祭祀文化。

其四，其他文化。此外，都江堰景区还有交通文化、军事文化等。

3.2 都江堰景区景观文化系统

都江堰景区景观文化主要包含水利文化、祭祀文化、园林文化、交通文化、军事文化等诸方面。但由于交通文化、军事文化等涉及面较窄，与景区核心价值关系相对疏远，因此景观文化系统的构建主要集中于水利、祭祀、园林三方面。其地位分述如下：

3.2.1 水利文化为核心

由于水利文化涉及都江堰景区的大部分地区，而且是都江堰景区的核心魅力所在，所谓“拜水都江堰”，这里的水其实准确来讲就是“水利”！我国水资源丰富地区甚多，水文化发达区域也应以长江中游平原、长三角、珠三角等地，而水利文化最发达的地区则都江堰当仁不让。因此水利文化在景观文化系统中占据核心的地位。

3.2.2 园林文化为依托

红花也要绿叶配，再有文化底蕴的名胜如果没有美景点缀，也是不够完美的。都江堰景区植被覆盖率高，奇花异卉、亭台楼阁、山溪盆景点缀其间，使其更加耐看，增加了景区的魅力。游人在或走或停之间，美景满眼、步移景异、美妙异常。离堆公园、二王庙、金刚堤、玉垒山公园均有园林做背景。因此园林文化为都江堰景区文化系统的依托。

3.2.3 祭祀文化为皈依

二王庙、伏龙观、城隍庙以及由此延伸出的敬神、庙会、放水节都是祭祀文化的重要内容。尤其是二王庙、伏龙观都是为了祭祀都江堰的修建者的。这种传统的祭祀活动表达了当地先民淳朴的感恩心理。每年农历六月二十四二郎的生日、六月二十六李冰的生日，人们都要在二王庙举行隆重的庙会，将他们当神仙进行祭祀。从宋朝起，每年清明放水节，地方政府高官要亲自主持都江堰放水大典，沿袭至今，形成了一个盛大的集会和节日。这些祭祀文化对于弘扬水利文化精神，净化和升华旅游者的精神世界都有莫大的好处。这就如同宗教旅游者的朝觐一般，可以升华旅游者的精神。因此祭祀文化为景观文化系统的皈依。是我们建立景观文化系统的目的—增智益神、提升旅游者的精神境界。

综上所述，景观文化系统的构建有助于我们在开发旅游景区时高屋建瓴，从文化的深度解读旅游景区。而都江堰景区景观文化系统的构建需以水利文化为中心，园林文化为背景，祭祀文化为皈依。

参考文献

- [1] 查尔斯·R·戈尔德耐, J.R.布伦特·里奇, 罗伯特·W·麦金托什. 旅游业教程[M]. 大连: 大连理工大学出版社, 2003.4.
- [2] 李琼英, 方远志. 旅游文化概论[M]. 广州: 华南理工大学出版社, 2008.9.
- [3] 刘敦荣等. 旅游文化学[M]. 天津: 南开大学出版社, 2007.9.
- [4] 陈宗海. 旅游景观文化论[J]. 上海: 上海大学学报(社会科学版), 2000.5.
- [5] 杨济中. “秦修都江堰”的十大疑点 [EB/OL]. <http://www.lunwentianxia.com/product.free.10008640.1/>.

[6] 刘庭凤.巴蜀园林赏析(十一)——离堆公园[J].上海:园林, 2008.11.

录入: 胡雁霞 责编: 钟欣

免责声明: 本文系转载相关媒体, 仅代表作者个人观点, 与中国城市发展网无关。其原创性以及文中陈述文字和内容未经本站证实, 文章仅供参考。本站对其真实性、完整性、及时性不作任何保证或承诺。

相关内容

- 试论旅游景观文化系统的构建——以
- 城市旅游景区“低碳化”发展初探
- 阳泉市旅游产业发展的几点思考
- 旅游景区的品牌营销宣传与活动策
- 海南国际旅游岛建设

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [关于我们](#) | [申请友情链接](#) | [版权与免责声明](#) | [出国考察声明](#)

联系电话: 010-64462852 传真: 010-64462856 邮箱: ccyb1102@163.com

版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备07017983号

Copyright?2006-2009 All Rights Reserved

